

**Axborotdan daromad topish va insonga ta'sir etuvchi salbiy tomonlari**

Buxoro Davlat Universiteti Tarix ta'lim yo'nalishi 1 – bosqich talabasi
Umrzoqova Feruza

Annotatsiya: Ushbu maqolada axborot iqtisodiyoti sharoitida axborotdan daromad olishning zamonaviy usullari va ushbu jarayonning inson ongiga salbiy ta'siri tahlil qilinadi. Maqolada raqamli iqtisodiyotda inson e'tibori qimmatli resursga aylangani, reklama va manipulyatsiya texnologiyalari orqali iste'molchilar xulq-atvorini boshqarish mexanizmlari ko'rib chiqiladi. Shuningdek, axborot xurujlari va mediasavodxonlikning ahamiyati haqida xulosalar berilgan.

Kalit so'zlar: Axborot iqtisodiyoti, raqamli iqtisodiyot, e'tibor iqtisodiyoti, manipulyatsiya, reklama, axborot xuruji, mediasavodxonlik.

Аннотация: В данной статье анализируются современные методы получения дохода от информации в условиях информационной экономики и негативное влияние этого процесса на сознание человека. В статье рассматривается превращение человеческого внимания в ценный ресурс в цифровой экономике, а также механизмы управления поведением потребителей с помощью технологий рекламы и манипуляции. Также представлены выводы о значимости информационных атак и медиаграмотности.

Ключевые слова: Информационная экономика, цифровая экономика, экономика внимания, манипуляция, реклама, информационная атака, медиаграмотность.

Axborotlashtirish – bu “axborot resurslarini shakllantirish va ulardan foydalanish asosida fuqarolar, davlat organlari, mahalliy davlat hokimiyati organlari, tashkilotlar va jamoat birlashmalarining axborot ehtiyojlarini qondirish va huquqlarini amalga oshirish uchun optimal sharoitlarni yaratishning tashkiliy, ijtimoiy – iqtisodiy va ilmiy – texnik jarayoni” bo'lib, iqtisodiy faoliyatning eng yosh yo'nalishlaridan biridir. Axborotlashtirish jarayonida axborot – kommunikatsiya texnologiyalariga asoslangan yuqori texnologiyalar yaratiladi, foydalanuvchilarga targ'ib qilinadi va telekommunikatsiya, axborot va boshqa axborotlashtirish xizmatlarini ko'rsatish orqali pprofessional faoliyatda va kundalik hayotda qo'llaniladi. Axborot tadbirkorligi – bu foyda olish maqsadida ilmiy va amaliy tadqiqotlarning holatini hamda foydalanuvchi muhitining talablarini aks ettiruvchi, shakli va mazmuni doimiy ravishda o'zgarib turadigan axborot mahsulotlari va xizmatlarini yaratish jarayonidir. Vazifalari:



1. konsalting xizmatlari; xizmat ko'rsatish, moliyaviy – iqtisodiy faoliyatni boshqarish, ishlab chiqarishni tashkil etish, marketing tadqiqotlari, vositachilik va savdo. 2. Atrof muhit: ilmiy, huquqiy, siyosiy, iqtisodiy, texnologik. 3. Bozorlar: biznes axborot bozori, ta'lim axborot xizmatlari bozori, axborot – kommunikatsiya texnologiyalari bozori, iste'molchilar axborot bozori. Axborot tadbirkorligining maqsadi har qanday vaqtda turli darajalarda axborot ehtiyojlarini o'z vaqtida va eng to'liq qondirishdir. [1]

Zamonaviy tarmoqli axborot iqtisodiyotida axborotdan daromad olish masalasi an'anaviy moddiy tovarlar bozorida tubdan farq qiladi. Axborotning o'ziga xos texnik-iqtisodiy xususiyati shundaki, u iqtisodchilar tili bilan aytganda "raqobatbardosh bo'lmagan" tovardir. Bu degani, bir kishi tomonidan axborotning iste'mol qilinishi boshqa bir kishining undan foydalanish imkoniyatini kamaytirmaydi; masalan, bir kishi olmani yesa, boshqasi uni iste'mol qila olmaydi, lekin bir kishi ma'lum bir axborotni o'qisa, bu boshqalarning ham shu axborotdan foydalanishiga to'sqinlik qilmaydi. Shu sababli, axborotni ishlab chiqarish va undan foyda ko'rish jarayonida intellektual mulk huquqi, ya'ni mualliflik huquqi va patentlar markaziy o'rinni egallaydi. Firmalar o'zlarida mavjud bo'lgan ma'lumotlarni sotish orqali daromad ko'radilar, biroq ijtimoiy farovonlik nuqtai nazaridan axborotning bepul bo'lishi samaraliroq hisoblanadi. Shunga qaramay, axborot ishlab chiqaruvchilar o'z investitsiyalaridan foyda olishlari va yangi innovatsiyalarni yaratishga motivatsiyaga ega bo'lishlari uchun eksklyuziv huquqlar bilan himoyalangan "yopiq" biznes modellariga tayanadilar. Axborotdan daromad topishning eng keng tarqalgan usullaridan biri bu uni bozor narxida, ya'ni ishlab chiqarishning chegara xarajatlaridan ancha yuqori narxda sotishdir. Masalan, kitob yoki musiqa asari bir marta yaratilgandan so'ng, uning nusxasini yaratish xarajati deyarli nolga teng bo'ladi, lekin mualliflik huquqi himoyasi tufayli nashriyotlar va ijodkorlar uni yuqori narxda sotib, ortiqcha daromad (renta) olish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Benkler ushbu jarayonda "Romantik Maksimizator" strategiyasini alohida ta'kidlaydi. Bu modelda ijodkor shaxs (yozuvchi, olim yoki dasturchi) o'z intellektual mahsulotini yaratadi va uning eksklyuziv huquqlarini yirikroq korporatsiyalarga, nashriyotlarga yoki studiyalarga sotish orqali royalti yoki bir martalik to'lov ko'rinishida foyda ko'radi. Bu yerda asosiy maqsad — axborot ishlab chiqarishga sarflangan vaqt va resurslarni moddiy manfaatlariga aylantirishdir. Bundan tashqari, axborot iqtisodiyoti faqatgina to'g'ridan-to'g'ri sotish bilan cheklanib qolmaydi. Bugungi kunda ijtimoiy ishlab chiqarish va hamkorlikda yaratilgan axborot mahsulotlari ham katta iqtisodiy qiymatga ega bo'lib bormoqda. Garchi bu loyihalarda ishtirok etuvchilar (masalan, ochiq kodli dasturiy ta'minot yaratuvchilari) har doim ham to'g'ridan-to'g'ri pul ko'rinishida mukofot



Learning and Sustainable Innovation

olmasalar-da, ular o'z obro'larini oshirish, tajriba orttirish yoki bilvosita xizmatlar ko'rsatish orqali baribir daromad olish yo'llarini topadilar. Xulosa qilib aytganda, raqamli asrda axborotdan daromad topish — bu qonuniy himoya (patentlar), bozor mexanizmlari va innovatsion ijtimoiy platformalar o'rtasidagi murakkab muvozanatdir. Kuchli mualliflik huquqi yangi axborot yaratishga rag'bat bersa-da, haddan tashqari qat'iy cheklovlar axborotning erkin aylanishiga va jamiyatning umumiy rivojlanishiga to'sqinlik qilishi ham mumkin. [2, 35 – 38]

Hozirgi kunda axborot shunchaki ma'lumotlar to'plami emas, balki eng qimmatli iqtisodiy aktiv va daromad manbaiga aylandi. Axborot iqtisodiyoti tushunchasi bizga axborotni ishlab chiqarish, sotish va iste'mol qilish orqali qanday qilib katta mablag' jamg'arish mumkinligini o'rgatadi. Bu jarayonda eng muhim narsa — axborotning iqtisodiy qiymatidir. Masalan, bir kompaniyaning o'z mijozlari haqidagi ma'lumotlar bazasi yoki yangi texnologik kashfiyotning chizmalari bozorda millionlab dollarga baholanishi mumkin. Axborotning o'ziga xosligi shundaki, u ishlatilganda kamaymaydi, aksincha, undan qancha ko'p odam foydalansa, uning jamiyatdagi o'rni va qiymati shunchalik ortib boradi. Axborotdan daromad topishning bir qancha asosiy yo'llari mavjud. Birinchidan, eksklyuzivlik yoki "yopiqlik" strategiyasi orqali foyda ko'riladi. Bu degani, ma'lum bir bilim yoki ma'lumot faqatgina bir kishi yoki kompaniyaga tegishli bo'ladi va u buni boshqalarga pullik asosda taqdim etadi. Masalan, qimmatli qog'ozlar bozoridagi (birja) kutilayotgan o'zgarishlar haqidagi tezkor va aniq ma'lumotga ega bo'lgan broker boshqalardan ko'ra ko'proq foyda ko'radi. Chunki u axborotga hamma egalik qilishidan oldinroq yetib borgan. Ikkinchidan, axborotni qayta ishlash va tahlil qilish (konsalting) orqali daromad topiladi. Ko'plab firmalar katta hajmdagi ma'lumotlarni tahlil qilib, bozor qaysi tomonga qarab ketayotganini aniqlab beruvchi hisobotlarni sotsalar, bu ham axborot iqtisodiyotining bir qismidir. Biroq, axborotdan daromad olishning ortidan keladigan jiddiy salbiy oqibatlar ham bor va ular bevosita inson omiliga zarba beradi. Eng katta muammolardan biri — bu jamiyatning "axborotga ega bo'lganlar" va "axborotdan mahrum bo'lganlar"ga ajralib qolishidir. Agar sifatli va hayotiy zarur bo'lgan axborot (masalan, ta'lim resurslari yoki tibbiy tadqiqotlar) faqat pullik bo'lsa, moddiy imkoniyati cheklangan insonlar rivojlanishdan orqada qolib ketadilar. Bu holat ijtimoiy tengsizlikni va adolatsizlikni keltirib chiqaradi. Yana bir salbiy jihat — bu inson shaxsiyatining "tovarga" aylanishidir. Daromad olishni maqsad qilgan platformalar va ijtimoiy tarmoqlar har bir insonning qiziqishlari, harakatlari va hattoki hissiyotlarini ham ma'lumot sifatida yig'ib boradilar. Masalan, siz biror kiyimni qidirib ko'rsangiz, internet sizga tinimsiz o'sha mahsulot reklamalarini ko'rsata boshlaydi. Bu jarayon



Learning and Sustainable Innovation

insonning shaxsiy hayot daxlsizligini buzadi. Bunday kuchli nazorat ostida qolgan inson o'zining mustaqil qarorlarini emas, balki algoritmlar tomonidan unga singdirilgan tanlovlarni amalga oshira boshlaydi. Bu esa inson erkinligini cheklovchi yashirin manipulyatsiya hisoblanadi. Bundan tashqari, axborot iqtisodiyoti sharoitida inson ruhiyatiga tushadigan yuklama ham ortib bormoqda. Daromad topish ilinjida bo'lgan axborot yetkazib beruvchilar inson e'tiborini jalb qilish uchun ko'pincha tekshirilmagan, vahimali yoki hissiyotlarga o'ynovchi ma'lumotlarni tarqatadilar. Bu "axborot shovqini" insonning tanqidiy fikrlashini so'ndiradi va unda doimiy stress, charchoq hamda yolg'on ma'lumotlarga ishonish kabi salbiy holatlarni yuzaga keltiradi. [3. 72 – 75]

Hozirgi shiddatli davrda axborot jamiyat taraqqiyotining eng muhim omillaridan biriga aylandi. Biroq, axborot oqimining geometrik progressiya bilan ortishi inson ongi va salomatligi uchun jiddiy xavf-hatarlarni ham keltirib chiqarmoqda. Statistika ko'ra, agar o'tgan asrning 70-yillarida axborot hajmi har 5-7 yilda ikki barobarga ortgan bo'lsa, hozirda bu muddat bir necha oygacha qisqargan. Axborotning bunday "to'lib-toshishi" insonning ma'lumotni butunligicha qabul qilish va tahlil qilish imkoniyatini cheklab qo'yadi. Axborotdan daromad topish maqsadi ko'p hollarda axborot xurujlari va manipulyatsiyalarga yo'l ochadi. Bu jarayonning insonga ta'sir etuvchi eng salbiy tomoni — inson ongini nazorat qilish va uni xohlagan ko'ygga solishdir. Axborot xuruji nafaqat siyosiy, balki iqtisodiy manfaatlar yo'lida ham amalga oshiriladi. Bunda inson mustaqil fikrlovchi shaxsdan shunchaki "boshqariluvchi iste'molchi"ga aylantiriladi. Daromad ketidan quvayotgan sub'ektlar odamlarning diqqatini jalb qilish va ushlab turish uchun ularning ruhiyatiga, hissiyotlariga ta'sir o'tkazuvchi manipulyativ usullardan foydalanishadi. Salbiy ta'sirlarning yana bir ko'rinishi feyk xabarlar, trolling va pranking hodisalaridir. Bugungi kunda ijtimoiy tarmoqlar orqali tarqatilayotgan yolg'on ma'lumotlar jamiyatda "axborot mavhumligi"ni yuzaga keltiradi. Insonlar qaysi ma'lumot haqiqat va qaysisi yolg'on ekanligini ajrata olmay qolishi oqibatida ruhiy stress va tushkunlikka tushadilar. Ayniqsa, daromad topish ilinjida bo'lgan platformalar foydalanuvchilarni ko'proq ushlab turish uchun ularga doimiy ravishda reklamalar va chalg'ituvchi ma'lumotlarni taqdim etadi. Bu esa insonning shaxsiy vaqtini o'g'irlash bilan birga, uning tanqidiy fikrlash qobiliyatini so'ndiradi. Axborot iqtisodiyoti va daromad olish tizimi insonni shunchaki ma'lumot qabul qiluvchi ob'ekt darajasiga tushirib qo'ymasligi kerak. Axborot xurujlari, manipulyatsiya va feyk xabarlar orqali inson ongiga qilinayotgan bosimlar uning erkin qaror qabul qilishiga va ruhiy xotirjamligiga katta zarar yetkazmoqda. Shu sababli, mediasavodxonlikni oshirish va axborotning salbiy ta'sirlaridan himoyalanih bugungi kunning eng dolzarb



vazifasidir. [4,55 – 59]

Maxsus vakolatli organ:davlat axborot resurslarini shakllantirish ishlarini tashkil etadi va muvofiqlashtiradi; axborotlashtirish va axborot texnologiyalarini rivojlantirish davlat dasturlarini ishlab chiqadi; davlat organlarining axborot tizimlari, tarmoq va hududiy axborot tizimlari yaratilishiga ko'maklashadi; axborotlashtirish sohasidagi standartlar, normalar va qoidalarni ishlab chiqadi; axborot tizimlari va axborot texnologiyalarining texnika vositalari hamda xizmatlarini sertifikatlashtirish ishlarini tashkil etadi; yuridik va jismoniy shaxslarning o'z axborot resurslari hamda axborot tizimlari muhofaza etilishini ta'minlash borasidagi faoliyatini muvofiqlashtiradi; axborot resurslari, xizmatlari va axborot texnologiyalari bozorini rivojlantirishga ko'maklashadi; sun'iy intellekt yo'nalishiga investitsiyalarni jalb qilish uchun shart-sharoitlar yaratadi; davlat organlarining ma'lumotlarini sun'iy intellekt asosida qayta ishlash uchun texnik infratuzilmani shakllantiradi; sun'iy intellekt yo'nalishida kadrlar tayyorlashni, ularni qayta tayyorlashni va ularning malakasini oshirishni tashkil etadi; O'zbekiston Respublikasining mudofaa qobiliyati va xavfsizligi manfaatlarini ko'zlab axborot xavfsizligini hamda axborot tizimlaridan ustuvor foydalanilishini ta'minlaydi; qonunchilikka muvofiq boshqa vakolatlarni amalga oshiradi. (6 – modda)

Axborotni hujjatlashtirish axborotni axborot resurslariga kiritishning majburiy shartidir. Axborotni hujjatlashtirish tartibi maxsus vakolatli organ tomonidan belgilanadi. Axborot resurslarida saqlanadigan va ishlov beriladigan, elektron raqamli imzo bilan tasdiqlangan axborot elektron hujjat bo'lib, qog'oz hujjat bilan bir xil yuridik kuchga ega. Elektron hujjatni va elektron raqamli imzoni shakllantirish hamda ulardan foydalanish bilan bog'liq munosabatlar qonun bilan tartibga solinadi. [5, 6 – 8 modda]

O'zbekiston Respublikasida ommaviy axborot vositalari erkindir va qonunga muvofiq ish olib boradilar. Har kim, agar qonunda boshqacha qoida nazarda tutilmagan bo'lsa, ommaviy axborot vositalarida chiqish, o'z fikri va e'tiqodini oshkora bayon etish huquqiga egadir. Davlat ommaviy axborot vositalari faoliyatining erkinligini, ularning axborotni izlash, olish, undan foydalanish va uni tarqatishga bo'lgan huquqlari amalga oshirilishini, ommaviy axborot vositalarining mulk huquqini, davlat organlarining g'ayriqonuniy qarorlaridan, ular mansabdor shaxslarining g'ayriqonuniy harakatlaridan (harakatsizligidan) himoya qilinishini kafolatlaydi. Ommaviy axborot vositalarining faoliyatiga to'sqinlik qilish yoki aralashish taqiqlanadi. Ommaviy axborot vositalari qonunchilikka muvofiq axborotni izlash, olish, tadqiq etish, tarqatish, undan foydalanish, uni saqlash huquqiga ega hamda tarqatilayotgan axborotning xolisligi va ishonchliligi uchun belgilangan tartibda javobgar bo'ladi. (5 –



modda)

Ommaviy axborot vositalari erkinligini suiiste'mol qilishga yo'l qo'yilmasligi Ommaviy axborot vositalaridan: O'zbekiston Respublikasining mavjud konstitutsiyaviy tuzumini, hududiy yaxlitligini zo'rlik bilan o'zgartirishga da'vat qilish; urush, zo'ravonlik va terrorizmni, shuningdek diniy ekstremizm, separatizm va aqidaparastlik g'oyalarini targ'ib qilish; davlat siri bo'lgan ma'lumotlarni yoki qonun bilan qo'riqlanadigan boshqa sirni oshkor etish; milliy, irqiy, etnik yoki diniy adovat qo'zg'atuvchi axborot tarqatish; agar qonunda boshqacha qoida nazarda tutilmagan bo'lsa, giyohvandlik vositalari, psixotrop moddalar va prekursorlarni targ'ib qilish; pornografiyani targ'ib etish; qonunga muvofiq jinoiy va o'zga javobgarlikka sabab bo'ladigan boshqa harakatlarni sodir etish maqsadida foydalanilishiga yo'l qo'yilmaydi. Ommaviy axborot vositalari orqali fuqarolarning sha'ni va qadr-qimmatini yoki ishchanlik obro'sini tahqirlash, shaxsiy hayotiga aralashish taqiqlanadi. Prokuror, tergovchi yoki surishtiruvchining yozma ruxsatisiz surishtiruv yoki dastlabki tergov materiallarini e'lon qilish, muayyan ish bo'yicha sud qarori chiqmasdan turib yoki sudning qarori qonuniy kuchga kirmay turib, uning natijalarini taxmin qilish yoxud sudga boshqacha yo'l bilan ta'sir ko'rsatish taqiqlanadi. [6, 5 – 6 modda]

Hozirgi kunda an'anaviy iqtisodiy modellar o'rnini egallayotgan raqamli iqtisodiyot tushunchasi o'z mohiyatiga ko'ra, axborot texnologiyalari yordamida qiymat yaratish jarayonidir. Raqamli iqtisodiyotda ishlab chiqarishning eng asosiy omili va resursi sifatida raqamli ko'rinishdagi ma'lumotlar (data) xizmat qiladi. Bu tizimda daromad olishning asosiy manbai internet orqali amalga oshiriladigan keng ko'lamlı iqtisodiy faoliyat bilan bog'liq bo'lib, u an'anaviy bozordan o'zining tezkorligi va global qamrovi bilan ajralib turadi. Internet orqali iqtisodiy faoliyat yuritish sub'ektlarga bir necha yo'nalishda daromad generatsiya qilish imkonini beradi. Birinchidan, elektron savdo (e-commerce) platformalari orqali tovar va xizmatlarni vositachilarsiz, to'g'ridan-to'g'ri iste'molchiga sotish xarajatlarni kamaytiradi va foyda normasini oshiradi. Ikkinchidan, raqamli xizmatlar ko'rsatish, ya'ni dasturiy ta'minotlar, bulutli texnologiyalar va axborot mahsulotlarini pullik obuna (subscription) asosida taqdim etish barqaror daromad oqimini ta'minlaydi. Raqamli iqtisodiyotning o'ziga xosligi shundaki, unda jismoniy chegaralar mavjud emas, bu esa tadbirkorlarga butun dunyo bozoriga chiqish va daromadni bir necha barobar ko'paytirish imkoniyatini beradi. Biroq, bu jarayonda daromad olish faqatgina mahsulot sotish bilan cheklanmaydi. Raqamli iqtisodiyotda "katta ma'lumotlar" (Big Data) bilan ishlash eng daromadli yo'nalishga aylandi. Foydalanuvchilarning internetdagi harakatlari, qiziqishlari va xarid qilish odatlari



haqidagi ma'lumotlarni yig'ish hamda ularni qayta ishlash orqali maqsadli (target) marketing xizmatlarini ko'rsatish yirik IT-kompaniyalarning asosiy daromad manbai hisoblanadi. Bu yerda axborotning iqtisodiy qiymati uning qaror qabul qilish jarayoniga ta'sir o'tkaza olish qobiliyati bilan o'lchanadi. Shuningdek, raqamli iqtisodiyotda internet orqali iqtisodiy faoliyat yuritish tranzaksiya xarajatlarini (shartnoma tuzish, ma'lumot qidirish, transport xarajatlari) keskin kamaytirishi ta'kidlangan. Bu esa kichik va o'rta biznes vakillariga ham yirik korporatsiyalar bilan raqobatlashish va axborot bozorida o'z ulushini olish imkonini beradi. [7, 34 – 38].

Tim Vu o'zining "The Attention Merchants" asarida axborot asrida daromad olishning eng cho'qqisi — bu inson e'tiborini egallash ekanligini tarixiy misollar bilan ochib beradi. Reklama va tashviqot (propaganda) sanoati inson ongini tahlil qilish va uni boshqarish orqali ulkan iqtisodiy manfaatlarga erishishni maqsad qilgan. Xususan, Edvard Berneys kabi "jamoatchilik bilan aloqalar otasi" deb atalgan shaxslar tashviqot usullarini tijorat maqsadlariga yo'naltirganlar. Ular reklama sanoatini shunchaki ma'lumot berish vositasidan, insonning ongsiz istaklarini qo'zg'atuvchi va ularni muayyan tovarlarni sotib olishga majbur qiluvchi qudratli qurolga aylantirdilar. Daromad topishning bu usuli "e'tibor savdogarlari" modeliga tayanadi. Platformalar va reklama beruvchilar inson ongini "ongli va aqlli manipulyatsiya qilish" orqali ommaviy odatlarni shakllantiradilar. Har qanday iste'mol qilinayotgan axborot inson e'tiborini talab qiladi va buning evaziga ma'lum bir darajada ta'sir o'tkazadi. Bu esa insonning mustaqil fikrlash qobiliyatini shubha ostiga qo'yadi, chunki ko'p hollarda biz tanlayotgan faktlar yoki mahsulotlar aslida "ishlab chiqarilgan muqobillar" bo'lib chiqadi. Iqtisodiy manfaatlar yo'lida inson ongini boshqarishning salbiy oqibatlari ham rasmlarda o'z aksini topgan. Axborotni manipulyatsiya qilish orqali nafaqat mahsulot sotish, balki butun boshli jamiyatlarning fikrini o'zgartirish, hatto urush irodasini shakllantirish mumkinligi Britaniya va Amerika hukumatlari misolida ko'rsatilgan. Bu jarayonda eng xavfli jihat shundaki, intellektual qatlam ham ko'pincha tashviqotga oson uchuvchan bo'lib qoladi. Inson e'tiborini sotishga asoslangan bu model demokratiyaning asosiy tamoyillariga zid kelishi mumkin, chunki u odamlarni ongli tanlov qilishdan ko'ra, "yuqoridan boshqarilishga" moyil qilib qo'yadi. [8, 52 – 54].

Xulosa qilib aytganda, Axborotning iqtisodiy resursga aylanishi jamiyatda yangi daromad manbalarini yaratish bilan birga, inson ruhiyati va erkin tanloviga jiddiy xavf tug'dirmoqda. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, "e'tibor savdogarlari" daromad topish yo'lida insonning ongsiz istaklarini manipulyatsiya qilish orqali uni boshqariluvchi iste'molchiga aylantirishga urinmoqda. Bunday sharoitda axborot xurujlaridan himoyalani, shaxsning mustaqil fikrlash qobiliyatini saqlab qolish va jamiyatda



mediasavodxonlik darajasini oshirish eng dolzarb vazifadir.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Байрамукова А.С. Информационное предпринимательство и его влияние на экономику.
2. Benkler, Y. The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom. — New Haven: Yale University Press, 2006.
3. Информационная экономика: Учебник / Под ред. мат. н. и др. — Ростов-на-Дону — Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018. — 357 с.
4. Mediasavodxonlik va axborot madaniyati: o‘quv qo‘llanma. — Termiz, 2023.
5. O‘zbekiston Respublikasining “Axborotlashtirish to‘g‘risida”gi Qonuni. — 2003.
6. O‘zbekiston Respublikasining “Ommaviy axborot vositalari to‘g‘risida”gi Qonuni. — 1997.
7. Raqamli iqtisodiyot asoslari: o‘quv qo‘llanma. — Namangan, 2023.
8. Wu, T. The Attention Merchants: The Epic Scramble to Get Inside Our Heads. — New York: Knopf, 2016.